



الخطة التشغيلية للعام ٢٠٢٠-٢٠٢١

تعمل الخطط التشغيلية كأداة تحريك أساسية للمؤسسات للسير بها نحو تحقيق أهدافها الاستراتيجية التي رسمتها، وتأتي في عملية التخطيط كمحطة تشترك فيها كل الأدوات المساعدة للسير بالمؤسسة نحو الطريق السليم الصحيح.

تتكون الخطط التشغيلية من عدد من البنود الرئيسية ومن أهمها:

- ١) (لإجراءات ٢) (المنفذين ٣) (الزمن ٤) المبادرات والبرامج والمشاريع (٥) المؤشرات وتهدف الخطط التشغيلية لتحديد الأهداف الإجرائية التي تحقق الأهداف الاستراتيجية بمؤشرات وزمن واضح، وكذلك توضح الخطة التشغيلية مدى القدرة التي تمتلكها المؤسسات لتحقيق تلك الأهداف وتبين الاحتياجات والموارد التي تحقق ذلك.
- عند تنفيذ الخطة التشغيلية ينبغي التنبيه للتالي:

١. رسم الخطة الزمنية بشكل متوزي بحيث يتم تحقيق المؤشرات مع كل ربع سنوي
٢. الاجتماعات الدورية لمتابعة تحقيق المؤشرات
٣. إشراك فريق العمل بشكل متوازي بحيث تتوزع المهام والأهداف فيما بينهم بحسب الاختصاص
٤. أن تكون المشاريع والمبادرات الدورية مرتبطة بشكل مباشر للإدارة المعنية ويتم تفويض صلاحياتهم التنفيذية بالكامل على أن تتحقق المؤشرات المرجوة منها
٥. توزيع الأهداف الإجرائية بشكل متسلسل زمنياً لتحقيق المؤشرات المطلوبة
٦. رفع التقارير الدورية من قبل الإدارات المعنية للإدارة العليا حتى تتحقق المؤشرات بشكل ربع سنوي
٧. تكاتف الإدارات فيما بينها جميعاً لتحقيق المؤشرات وإن لم يكونوا ملاكاً للمؤشر أو المبادرة
٨. مراجعة المؤشرات كل ربع سنة وتغييره في حال كانت المؤشرات غير منطقية سواء كانت صعبة أو سهلة التحقيق





الهدف الاستراتيجي: تعزيز ثقة الشباب بأنفسهم وصقل مواهبهم

الهدف التشغيلي: صناعة ٤ منتجات إعلامية ونشرها للمستفيدين

مؤشرات التحقيق: الوصول ٨٠٠٠ مستفيد من الشباب

مالك المؤشر: إدارة البرامج والمبادرات

الأهداف الإجرائية	التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ	المساندة
ورشة عمل لبناء أفكار إعلامية مبتكرة		الربع الأول	٨ أفكار إعلامية	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تحديد ٤ منتجات كبرى وبناء ملفاتها التسويقية		الربع الأول	ملف تسويقي يستهدف الداعمين	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ١		الربع الأول	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ١		الربع الثاني	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ٢		الربع الثاني	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ٢		الربع الثاني	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ٣		الربع الثالث	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ٣		الربع الثالث	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تنفيذ المبادرة الإعلامية ٤		الربع الرابع	٢٠٠٠ مستفيد	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
قياس أثر المبادرة ٤		الربع الرابع	تحقيق المؤشرات والأثر	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة
تحديد مبادرات ٢٠٢١ الإعلامية		الربع الرابع	عدد ١٢ مبادرة	إدارة البرامج والمبادرات	العلاقات العامة





الهدف الاستراتيجي: بناء المبادرات والملتقيات الشبابية والمجتمعية النوعية

الهدف التشغيلي: تنفيذ ٣ مبادرات جماهيرية تستهدف الشباب

مؤشرات التحقيق: تنفيذ ٣ مبادرات جماهيرية + استهداف ١٥٠٠ شاب

مالك المؤشر: إدارة البرامج

الأهداف الإجرائية		التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ
الأساسية	المساندة				
ورشة عمل بناء المبادرات			الربع الأول	عدد ٦ مبادرات جماهيرية	إدارة البرامج
نمذجة المبادرات			الربع الأول	٣ مبادرات منمذجة	إدارة البرامج
تحديد ٣ مبادرات وتجهيز ملفها التسويقي			الربع الأول	٣ خطط تسويقية للمبادرات للدعم	إدارة البرامج
إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة ١			الربع الأول	توقيع اتفاقيات	إدارة البرامج
تنفيذ المبادرة ١ + توثيقها ونشرها إعلاميا			الربع الأول	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	إدارة البرامج
إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة ٢			الربع الأول	توقيع الاتفاقيات	إدارة البرامج
قياس أثر المبادرة ١			الربع الثاني	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	إدارة البرامج
تنفيذ المبادرة ٢ + توثيقها + نشرها إعلاميا			الربع الثاني	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	إدارة البرامج
إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة ٣			الربع الثاني	توقيع الاتفاقيات	إدارة البرامج
قياس أثر المبادرة ٢			الربع الثالث	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	إدارة البرامج
تنفيذ المبادرة ٣ + توثيقها + نشرها إعلاميا			الربع الثالث	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	إدارة البرامج
قياس أثر المبادرة ٣			الربع الثالث	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	إدارة البرامج
اعتماد مبادرات ٢٠٢١			الربع الرابع	نمذجة المبادرات المعتمدة	إدارة البرامج





الهدف الاستراتيجي: بناء المبادرات والملتقيات الشبابية والمجتمعية النوعية

الهدف التشغيلي: تنفيذ ٣ مبادرات شبابية

مؤشرات التحقيق: تنفيذ ٣ مبادرات شبابية + استهداف ٦٠٠ شاب

مالك المؤشر: إدارة البرامج

الأهداف الإجرائية		التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ
					الأساسية
					المساندة
ورشة عمل بناء المبادرات			الربع الأول	عدد ٦ مبادرات شبابية	إدارة البرامج
نمذجة المبادرات			الربع الأول	٣ مبادرات منمذجة	إدارة البرامج
تحديد ٣ مبادرات وتجهيز ملفها التسويقي			الربع الأول	٣ خطط تسويقية للمبادرات للدعم	إدارة البرامج
إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة ١			الربع الأول	توقيع اتفاقيات	إدارة البرامج
تنفيذ المبادرة ١ + توثيقها ونشرها إعلاميا			الربع الأول	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	إدارة البرامج
إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة ٢			الربع الأول	توقيع الاتفاقيات	إدارة البرامج
قياس أثر المبادرة ١			الربع الثاني	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	إدارة البرامج
تنفيذ المبادرة ٢ + توثيقها + نشرها إعلاميا			الربع الثاني	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	إدارة البرامج
إيجاد شريك مالي وتنفيذي للمبادرة ٣			الربع الثاني	توقيع الاتفاقيات	إدارة البرامج
قياس أثر المبادرة ٢			الربع الثالث	قياس المؤشرات وقياس الأثر الاجتماعي	إدارة البرامج
تنفيذ المبادرة ٣ + توثيقها + نشرها إعلاميا			الربع الثالث	خطة التنفيذ وفق الأهداف والمؤشرات	إدارة البرامج
اعتماد مبادرات ٢٠٢١			الربع الرابع	نمذجة المبادرات المعتمدة	إدارة البرامج





الهدف الاستراتيجي: صناعة البيئات الترفيهية

الهدف التشغيلي: بناء دراسة لمحضن ترفيهي شبابي وتصميم ملفه التسويقي

مؤشرات التحقيق: دراسة جدوى وملفها التسويقي

مالك المؤشر:

الأهداف الإجرائية		التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ
					الأساسية
					المساعدة
التعاقد مع مستشار لكتابة مواصفات كتابة دراسة الجدوى (كراسة الشروط والمواصفات)	الربع الأول		كراسة شروط ومواصفات محكمة	المدير التنفيذي	مشرف الجودة والحوكمة
البحث عن جهة تنفيذ لدراسة الجدوى	الربع الأول		ملف بالجهات المتميزة ذات العلاقة	مشرف الجودة والحوكمة	إدارة التسويق والشراكات
دراسة فنية ومالية لتنفيذ الحاضنة	الربع الأول		ملف الدراسة الفنية	مشرف الجودة والحوكمة	إدارة التسويق والشراكات
توقيع اتفاقية تنفيذ دراسة الجدوى	الربع الأول		حفل إطلاق المبادرة	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
تحليل الواقع من خلال المقارنات المرجعية + تطلعات أصحاب المصلحة	الربع الثاني		ملف المقارنة والمرجعية وتطلعات أصحاب المصلحة	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
بناء استراتيجية الحاضنة	الربع الثالث		استراتيجية متكاملة	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
بناء الموازنة التأسيسية والتشغيلية	الربع الثالث		الموازنة المالية	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
اعتماد الدراسة	الربع الرابع		تحكيم الدراسة	المدير التنفيذي	مشرف الجودة والحوكمة
تسويق المبادرة والبحث عن الداعمين	الربع الرابع		خطة الحملة التسويقية	إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج





الهدف الاستراتيجي: إعداد القيادات المجتمعية

الهدف التشغيلي: بناء دليل القيادات الواعدة + تنفيذ مرحلة الانتقاء والاختيار

مؤشرات التحقيق: دليل عملي لتنفيذ البرنامج + انتقاء ١٠٠ شاب

مالك المؤشر: إدارة البرامج

الأهداف الإجرائية		التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ
					الأساسية
					المساندة
التعاقد مع مستشار لبناء الشروط والمواصفات			الربع الثاني	كراسة الشروط والمواصفات	مشرف الجودة والحوكمة
البحث عن الجهات ذات العلاقة وإرسال الكراسات لها			الربع الثاني	لائحة بالجهات الراغبة بالتعاقد	مشرف الجودة والحوكمة
التعاقد مع جهة متخصصة بالقيادات			الربع الثالث	حفل إطلاق المشروع	مشرف الجودة والحوكمة
بناء خطة العمل لبناء دليل القيادات الواعدة			الربع الثالث	خطة عمل	إدارة البرامج
تحديد المستهدفين من الشباب وفق معايير الانتقاء المحددة بالدليل			الربع الرابع	عدد ١٠٠٠ من المستهدفين	مشرف الجودة والحوكمة
إرسال استمارة الانضمام للبرنامج			الربع الرابع	إرسال الاستمارة لـ ١٠٠٠ شاب	مشرف الجودة والحوكمة
تحليل نتيجة الاستمارة وتطبيق المعايير			الربع الرابع	تقرير تحليل الاستمارة	مشرف الجودة والحوكمة
مقابلة المستهدفين المنطبقة عليهم معايير الاختيار			الربع الرابع	تقرير نتيجة المقابلات	مشرف الجودة والحوكمة
اختيار ١٠٠ شاب وفق معايير الانتقاء			الربع الرابع	تقرير المنطقة عليهم المعايير	مشرف الجودة والحوكمة





الهدف الاستراتيجي: تحقيق الاستدامة المالية للأنشطة الشبابية

الهدف التشغيلي: بناء دراسة جدوى الوقف والملف التسويقي للداعمين والمانحين

مؤشرات التحقيق: ملف بدراسة جدوى الوقف وخطته التسويقية

مالك المؤشر: المدير التنفيذي

الأهداف الإجرائية		التكاليف	فترة التنفيذ	مؤشرات الأداء	مسؤولية التنفيذ	
					الأساسية	المساندة
كتابة مواصفات كتابة دراسة الجدوى (كراسة الشروط والمواصفات)			الربع الأول	كراسة شروط ومواصفات محكمة	المدير التنفيذي	مشرف الجودة والحوكمة
البحث عن جهة تنفيذ لدراسة الجدوى			الربع الأول	ملف بالجهات المتميزة ذات العلاقة	مشرف الجودة والحوكمة	إدارة التسويق والشراكات
توقيع اتفاقية تنفيذ دراسة الجدوى			الربع الأول	حفل إطلاق المبادرة	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
بناء خطة الدعم للوقف وتحديد المستهدفين من الداعمين وبناء مؤشرات الدعم للوقف خلال عام ٢٠٢٠			الربع الثاني	خطة الحملة التسويقية + مؤشرات الدعم	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
بناء الملف التسويقي للداعمين والبدء بإرساله لهم			الربع الثاني	ملف الداعمين	إدارة المبادرات والبرامج	إدارة التسويق والشراكات
تسويق الملف والبحث عن الداعمين			الربع الثالث	إرسال الملف للداعمين	إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج
متابعة التواصل مع الداعمين			الربع الثالث	تحديد الداعمين منهم والمحتملين	إدارة التسويق والشراكات	إدارة المبادرات والبرامج
تقرير مؤشرات الدعم والمستهدفات			الربع الرابع	تحقيق مؤشرات الدعم والمستهدفات	المدير التنفيذي	مشرف الجودة والحوكمة





أهم البرامج والمبادرات التي سيتم تنفيذها حتى نهاية ٢٠٢٠

١. مبادرة "الحرية المالية للشباب".

هي مبادرة شبابية تسعى من خلالها تقديم أفضل الحلول المالية للشباب حيث سنقدم لهم مجموعة من الأدوات والبرامج التي تساعدكم بالتصرف الكامل والحر للمال الخاص بهم وكيف يتم الاستفادة منه في بناء مشاريعهم أو ادخار المال والاستفادة منه في وقت لاحق.

٢. مبادرة "التأهيل السليم للشباب لدخول سوق العمل".

هي مبادرة شبابية تهتم بالشباب لتأهيلهم لسوق العمل وأعطاهم الفرص المفيدة التي تساعدكم في بناء أفكارهم وتسويقها وكيف يمكن لهم إدارة مشاريعهم وتطويرها.

٣. مبادرة "قيم إعلامية شبابية".

هي مبادرة شبابية تهدف لنشر القيم السليمة بين الشباب عن طريق المحتوى الإعلامي الحديث، بواسطة الفيديوهات التعليمية والصور الهادفة ودراسة مدى استيعاب الشباب لهذه القيم وكيف يمكن تثبيتها في هذه فئة الشباب.

